

LA CRÍTICA TELEVISIVA: ¿UN DISCURSO SIN RELEVANCIA?

Yamila Heram

Universidad de Buenos Aires / CONICET (Argentina)

yaheram@yahoo.com.ar

Resumen

La crítica acerca de la televisión ocupa en la actualidad un lugar privilegiado en los suplementos de espectáculos de los diarios de mayor tirada. La conformación de grupos multimédios a comienzos de la década de 1990 ha modificado el mapa comunicacional. En este escenario de concentración y nuevas tecnologías ¿qué ocurre con la crítica televisiva cuando se es parte de una misma empresa? Nos proponemos un primer abordaje sistematizador de una serie de entrevistas a los críticos televisivos de los diarios más vendidos *Clarín* y *La Nación* y de un diario con tendencia culturalista *Página/12*. De sus propios relatos y percepciones se desprenden ciertos ítems para analizar y comparar, a éstos los hemos denominado momentáneamente de la siguiente manera: a) diferencias entre la crítica de cine, teatro y televisión, b) consecuencias de la hegemonía multimediática y c) perspectivas teóricas latentes o manifiestas.

Palabras clave: crítica, televisión, entrevistas.

"Necesitamos menos críticos. Disfrutá la vida"

Publicidad de Coca Cola

I) Presentación

En los suplementos de espectáculo de los diarios más vendidos, los artículos acerca de la televisión han ido ganando en espacio y prioridad hasta llegar a convertirse en la agenda diaria y gráfica de la televisión actual, pero ¿qué ocurre con la crítica televisiva cuando se es parte de un multimedio? El suplemento de espectáculos de *Clarín* nos ilustra lo que sucede al estar el mercado cada vez más concentrado tanto vertical como horizontalmente. A partir de la privatización de *Canal 13* paulatinamente se modifica el suplemento, tanto en diseño, temáticas, como en perspectivas. Un ejemplo es la publicidad que es incorporada como nuevo ítem para cubrir. Hacia principios de los 90 se produjo una fuerte renovación de periodistas, ingresan Marcelo Figueras, Luís María Hermida y Adriana Bruno entre otros. El *Replay* de la última página del suplemento, una especie de *TVR* de la gráfica, comienza a vislumbrar el carácter autoreferencial y autopromocional hacia dónde se dirige el diario.

A su vez, el 11 de mayo de 1991 aparece *Tele Clic* un semanario de la editorial *Atlántida* que se especializará en la televisión con el propósito de fortalecer las posiciones de *Telefé* (1). Como expresa Sirven "la información sobre la tv que aparece en las publicaciones periódicas se enrarece. Gana en espacio, pero pierde independencia y genera suspicacias. Cada grupo mira con ojos más indulgentes la producción de los canales asociados" (2).

Bajo este contexto de concentración multimediática y nuevas tecnologías que caracteriza a la televisión argentina a partir de la década de los 90 es que nos interesa trabajar sobre los relatos de cinco críticos televisivos (3) que escriben o escribieron sobre la televisión a partir de la década de 1990 en los diarios más vendidos, *Clarín*, *La Nación* y de un diario con tendencia culturalista *Página/12*. De sus propios relatos y percepciones se desprenden y sobresalen ciertos ítems para analizar y comparar, a éstos los hemos denominado momentáneamente de la siguiente manera: a) diferencias entre la crítica de cine, teatro y televisión, b) consecuencias de la hegemonía multimediática y c) perspectivas teóricas latentes o manifiestas.

Cabe aclarar que este trabajo se enmarca en una investigación mayor que tiene por objetivo analizar el discurso acerca de la televisión en las revistas culturales y suplementos de espectáculo en diferentes contextos de cambios políticos, tecnológicos y culturales. Aquí presentamos parte del avance de investigación a partir de las entrevistas realizadas a los críticos de televisión.

II) Diferencias entre la crítica de cine, teatro y televisión

En sus comienzos la televisión era un "sistema de envío y recepción de señales, no se sabía bien para qué podía servir. Ni sus constructores habían estipulado su función, ni la sociedad había fijado las normas de su regulación ni tampoco los individuos poseían una representación del objeto" (4). En la Argentina las primeras imágenes televisadas obtuvieron escasa repercusión en la prensa gráfica, a su vez el interés estaba del lado de lo puramente técnico. El propio lenguaje televisivo se fue construyendo durante la primera década en la que sólo estaba *Canal 7* (publicidades de larga duración, escenografías armadas al estilo teatral, etc.) (5). Así en sus comienzos el 7 fue "un espacio permeable a la experimentación de jóvenes autores, directores y actores provenientes del teatro independiente o ajenos al circuito de los medios de masas" (6) (7). Se solía televisar eventos extra televisivos, la tensión entre la innovación artística y la estandarización del producto empresarial sólo pudo ser posible durante los

primeros años: había un solo canal, se transmitía poca programación y muy precaria, y el costo de un televisor era el doble que el de una heladera, luego la televisión de empresa fue el modelo a seguir.

El lenguaje televisivo se fue consolidando a medida que se incrementa la audiencia y se instala como un fenómeno de masas vinculado al entretenimiento. De igual manera los periodistas encargados de cubrir la temática fueron construyendo su propio relato y parámetros de análisis acerca de la televisión. Un caso ilustrativo del tiempo que necesitó la televisión para consolidarse y así también el discurso acerca de ella es la revista *Teleastros*, surgida en octubre de 1953 es la primera publicación que se dedica exclusivamente al medio, “su mismo fracaso a dos años de comenzadas las transmisiones televisivas se vuelve significativo” (8).

Durante las primeras décadas la tradición de la crítica cultural televisiva está en estrecha relación con las perspectivas provenientes del cine, la literatura y el teatro. Los antecedentes de análisis e interpretación inevitablemente estaban vinculados con estas artes que tenían una larga tradición de análisis crítico. La crítica a la televisión comienza en la década de 1960, “durante la primer etapa, en cambio, los intelectuales se muestran o bien indiferentes o entusiastas frente a las posibilidades del medio, y ocurre lo mismo en el periodismo, particularmente en la prensa popular. La televisión en esta etapa es vista como un ícono de reunión familiar y, en general, las críticas desde la psicología o la sociología no aparecerán antes de la década siguiente” (9).

Así en relación con lo expresado, un punto en común entre las cinco entrevistas es la diferencia que todos establecieron con respecto a ejercer la *crítica* televisiva, en oposición a la de cine y teatro y la necesidad a la que se vieron obligados en ir construyendo sus propios parámetros de análisis. Así en palabras de *Clarín* 1: “eran parámetros que estaban tratando de forjarse, porque te digo las armas de lo que podría llegar a ser una crítica televisiva formal estaban muy verdes, porque no eran algo que se hubiesen desarrollado como tal. Entonces, en buena medida era tributaria de otro tipo de críticas formales que uno usa. Entonces si uno critica una película más o menos trata de usar los mismos parámetros, más allá del hecho que son totalmente distintos”.

Emerge de los relatos la percepción de la crítica de televisión como innecesaria para el espectador e inmediatamente se la compara con la funcionalidad e influencia de la crítica de teatro o de cine como condicionante al momento de elegir. Así lo expresa *Clarín* 2: “para lo único que te sirve la crítica de televisión, es decir, para lo único que le va a servir al espectador es para reforzar una opinión autorizada (...). La diferencia que tiene es que no hacemos nada con la crítica, es que no tiene que ir a pagar de su bolsillo, no te está invitando a pasar”. Y en palabras de *La Nación*: “una crítica es en algún sentido inservible, porque es de algo que ya se vio, que no se va a volver a repetir. Por el otro lado, la gente ve televisión sin necesidad de la crítica. Por ahí en el cine decís, te fijás, aunque sea las estrellitas, te fijás, o lo que te dice un amigo o tu hermana, tu prima, siempre buscás algún tipo de referencia”.

La tensión fragmento/totalidad del producto para analizar ha sido otro de los ítems que más sobresalió. La dificultad del crítico televisivo estaría condicionada por tener que dar cuenta de una parcialidad y no de un producto acabado. A diferencia de una película o de una obra de teatro donde se puede hacer un balance completo del producto. Cabe aclarar que en el caso del teatro la obra también puede ir mutando ya que la representación es única cada vez, el hecho de tomar el día de estreno para realizar la crítica tiene que ver con la convención del discurso crítico, atravesado en parte por su carácter promocional. Los entrevistados dieron cuenta de la dificultad de analizar una parcialidad, así lo expresa *Clarín* 3: “estás hablando de algo que no viste en su totalidad y va a seguir desarrollándose y probablemente se va a ir modificando en el tiempo, que es lo que pasa con las tiras que no están escritas de antemano (...) en teoría una crítica debería hacerse con el producto terminado, pero por tratarse de la televisión no tiene sentido”. En el mismo sentido también coincide *Clarín* 2, ex periodista de *Clarín*: “Uno critica la película antes de que la estrenen, pero no puede criticar un programa, a no por lo menos de manera taxativa. El 90% de las series hoy históricas, los primeros programas eran bastante flojos desde *Seinfeld*, *Friends*, o por donde quieras agarrar. La televisión es un ejercicio semanal entonces vos podés decir algo de un programa que acaba de estrenarse en términos relativos, tentativos y con pinzas”.

Los suplementos de espectáculos de los diarios masivos cumplen la función de promoción o “condena” de los productos, por ello las críticas, especialmente la de televisión, tienen esta doble función. Instalan una agenda de temas que tiene como principal interlocutor a los programas más que los receptores, a diferencia de las demás críticas que implicaría un accionar del público, ya sea movilizándose hasta el lugar o abonando una entrada. La televisión está allí, es parte de la vida cotidiana y como tal, la crítica sólo es útil como sistema de autoreferencialidad para la propia televisión. Se menciona e interpela a la audiencia para legitimar la “calidad” de los productos con rating elevado. En este sentido *Página/12* expresa: “No me interesaba tanto la crítica televisiva, porque siempre pensé, y un poco dejé de hacerlo por eso, que es un género muy débil y muy fugaz, que muere junto con el producto televisivo que está destinado al olvido y que además está muy intercedido por el núcleo y el comercio y el mercado que

siempre en el campo de la televisión abierta está antepuesto a la voluntad de la experimentación o de expresión artística". Así del discurso de los entrevistados se desprende el para qué de la crítica televisiva, se lo referencia como un discurso innecesario al menos para el público e imprescindible para la televisión. También coinciden en la tensión entre fragmento/totalidad, es decir cómo la propia lógica de la televisión y de la prensa gráfica impide realizar un análisis de un producto televisivo una vez acabado, se critica una parcialidad. Por último, la percepción de que la crítica de televisión tiene como antecedente de producción a la de cine y teatro, es decir se basa, al menos parcialmente, en algunas de las características de las otras críticas, como puede ser las estrechitas que califican como bueno, muy bueno, etc. o el hecho de dividir la crítica en función del guión, actuación, dirección, producción, etc.

III) Consecuencias de la hegemonía multimediática

El 25 de octubre de 1989 se conocen los resultados de las licitaciones de los canales abiertos, la tapa de *Clarín* bajo el título: *Abrieron la licitación por los canales se cruza con la noticia principal del diario, Franco apoyo de Bush al programa económico argentino*, una fotografía de época que da cuenta del rumbo de las políticas neoliberales que caracterizaron a la década de los 90. La televisión argentina de este período se determinó por las modificaciones a nivel legislativo y económico. Retomamos la pregunta que nos hicimos al comienzo de esta ponencia ¿qué ocurre con la crítica televisiva cuando se es parte de una misma empresa multimediática? Y podríamos agregarle, ¿qué ocurre con los críticos de televisión que trabajan en los multimedios?

De los relatos de los entrevistados se puede distinguir dos posicionamientos no antagónicos, pero sí disímiles en cuantos a la capacidad de acción dentro de un multimedio. Por un lado quienes no trabajan en el diario *Clarín*, y por el otro quienes sí. El término analítico de campo de Bourdieu nos resulta útil para dar cuenta de las propias lógicas del campo periodístico, así lo define el autor: "como una red o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones están objetivamente definidas, en su existencia y en las determinaciones que imponen sobre sus ocupantes, agentes o instituciones por su situación presente y potencial en la estructura de distribución de especies de poder (o capital) cuya posición ordena el acceso a ventajas específicas que están en juego en el campo, así como por su relación objetiva con otras posiciones" (10).

Es interesante observar como quienes no trabajan en el Grupo *Clarín* al momento de reflexionar acerca de la relación entre *Clarín* - *Canal 13* lo hacen ubicándose como aparentes receptores. Es decir, las propias lógicas del campo promueven el siguiente juego: se desembarazan de la profesión para analizar el campo periodístico del cual forman parte. Esto genera una distancia entre el trabajo cotidiano dentro de un diario y de éste en relación con los demás periódicos, en palabras de Bourdieu: "El grado de autonomía de un periodista particular depende, en principio, del grado de concentración de la prensa (que, al reducir el número de empleadores potenciales, aumenta la inseguridad del empleo); en segundo lugar, de la posición de su diario en el espacio de los diarios, es decir, más o menos cerca del polo "intelectual" o del polo "comercial"; luego, de su posición en el diario o el medio de prensa (miembro de la redacción o colaborador ocasional, etcétera) que determina las diferentes garantías estatutarias (asociadas, sobre todo, a la notoriedad) de las que dispone, y también su salario (...) y, finalmente, depende de su capacidad de producción autónoma de la información" (11).

La Nación reflexiona en torno a las posibilidades de ejercer como crítico televisivo dentro del Grupo Clarín, así lo expresa: "La sensación que yo tengo, visto desde afuera, es que por ahí toman un piloto automático que en vez de profundizar hasta el cuarto subsuelo, me voy a manejar entre el primero y el segundo. Y en ese estándar me manejo y voy hacer oídos sordos y voy a decir dos o tres cosas, o no estoy haciendo la crítica que yo quisiera hacer, de la profundidad que yo quisiera hacer, la hago más colorida". Por su parte *Página/12* lo analiza desde la perspectiva de un negocio empresarial y se posiciona como receptor: "como lector veo que hay un seguimiento bastante exhaustivo de los temas".

El actual contexto de multimedios, flexibilización laboral y ejército de reserva a disposición, ha acentuado, en parte, un discurso acerca de la televisión más complaciente con ésta. Por supuesto que no comenzó el 25 de octubre de 1989 con la legalización de los multimedios (ya que existieron desde el propio comienzo de la televisión privada), pero sí podríamos decir que se ha acrecentado, basta con ver los cambios tanto de temática, perspectivas y de diseño en el suplemento de espectáculo de *Clarín*.

Esta fusión de intereses se plasma en la autoreferencialidad y autopromoción de los programas y actores, como caso más extremo podemos observar actualmente las publicidades autoreferenciales como la de *Quilmes*, *Hellmans*... En este contexto como expresa Bourdieu "se desarrolla un amplio subproletariado condenado por la precarización a practicar la autocensura" (12). Al respecto *Clarín 2* afirma que lo que funciona es el autocondicionamiento, aunque dice haber publicado dos o tres artículos críticos hacia programas de Canal 13. Da cuenta de las propias estrategias y tácticas de los periodistas al momento de ejercer la crítica. Cada uno se dedica a cubrir el género que más le gusta, evitando de esta manera una mirada no complaciente con los productos del canal: "X a Enseñame a vivir le va a pegar, y le va a pegar básicamente porque no le gusta ese tipo de novela blanca (...). A X o a mí, nos retrotrae a las novelas que veíamos cuando éramos jóvenes, podemos rescatar el laburo de Pablo Rago, que es un

actor que nos gusta, entonces qué hacemos, hacemos la crítica X o yo". En el mismo sentido expresa Clarín 3: "es probable que yo no pueda decir todo lo que yo querría, yo no puedo decir todo lo que yo quiero. Lo que en todo caso es cierto es que nunca tuve que firmar algo que no pensara".

Clarín 1 formó parte de *Clarín* hasta principios de este siglo, al dar cuenta de los motivos de su retirada se vislumbra una tensión con respecto al desplazamiento del suplemento: "Cuando yo me voy de *Clarín* ya está, ya no se cuestiona más nada, es el pum para arriba. Si en la televisión está Nazarena Vélez, hablaremos de Nazarena Vélez sin ninguna negociación crítica".

Un ítem de disonancia ha sido en torno a la figura de Marcelo Tinelli y la tensión masividad-calidad como antagónicas o complementarias. *Clarín* 2 evalúa a *Bailando por un sueño* como uno de los mejores programas, de gran despliegue técnico, acentuando como positivo el *show*, las historias detrás de los bailarines, el espectáculo en sí y por sobre todo la respuesta del público. *La Nación* analiza la relación de Tinelli – Grupo Clarín como un "acuerdo empresario que le dará determinada cantidad de espacio [en el diario]". *Clarín* 1 acentúa la tensión rating, negocio, calidad: "¿Voy hacer una crítica del programa de Tinelli? (...) estamos hablando de programas que no tienen ninguna intención, más allá de las de alcanzar al mayor rating posible, entonces no hay ninguna intención artística real atrás, entonces qué voy a criticar yo, qué tan buenos negociantes son o no, porque finalmente de eso es lo que se trata el programa, de ver cómo facturan más o hacen mayor rating".

IV) Perspectivas teóricas latentes o manifiestas: la recepción

Cabe destacar ciertos desplazamientos que se han producido en la crítica televisiva desde 1960 a la actualidad, en relación con las modificaciones en el campo comunicacional en América Latina en general, y Argentina en particular. Los objetos de estudio, marcos teóricos y metodologías, con sus tensiones, se han ido desplazando desde una perspectiva cercana a la economía política de la comunicación y a la crítica ideológica, que tenían como principal preocupación a los grandes medios de comunicación, hacia perspectivas cercanas a los Estudios Culturales.

Estos desplazamientos también se pueden visualizar en la manera de abordar la temática acerca de la televisión antes/después de la conformación de multimédios y, a su vez, emerge de los relatos de los entrevistados. Simplificando, las preocupaciones durante el período de la "primavera democrática" estaban, en parte, relacionadas con una posible ley de radiodifusión, así lo dice *La Nación*: "nos preguntábamos por el tema de la radiodifusión, o antes, de las reflexiones que tenía el artículo 45 que pedía a las empresas periodísticas acceder a las ondas de radio y televisión". Por su parte *Clarín* 2 hacia fines de los 80 es convocado por *Página/12* con la intención de: "reforzar lo que era la cobertura de lo que era el área de televisión, más desde el lado de política de medios, qué pasó con los canales, quiénes eran los dueños, los periodistas de los canales", hacia principios de los 90 se incorpora al Grupo: "me llaman de *Clarín* para hacer lo mismo (...) bueno ahí no como crítico pero sí crítico de pantalla".

Durante la década de los 90 la preocupación giró hacia una crítica de contenidos, se revalorizó lo popular por lo masivo e, inversamente, la cultura masiva por lo popular, es decir: el interés por analizar la tradición cultural en la que estaba inserto determinado género televisivo. Uno de los casos más analizados por la academia ha sido la telenovela, la preocupación estaba en indagar la manera en que los receptores se apropiaban de los programas. Este desplazamiento en el campo académico también emerge en el relato del periodista de *Página/12*, "me parece que la academia colaboró en la revalorización de la telenovela (...) hubo un cambio de perspectiva de un género que era muy devaluado, que estaba muy subestimado como consumo".

Otro caso ilustrativo es lo expresado en el apartado anterior, cuando *Clarín* 2 dice analizar las telenovelas porque "nos retrotrae a las novelas que veíamos cuando éramos jóvenes", el reconocimiento en el género es una de las maneras de analizar el producto, distanciándose de una mirada crítica. A su vez *Clarín* 2, argumenta la calidad del producto en relación a su capacidad de reventa: "México, que es la gran madre, el gran útero de la telenovela para todo el mundo y está haciendo formatos argentinos".

Podríamos situar a *Neoliberalismo y comunicación de masa* (1974) de Heriberto Muraro como el primer libro acerca de los medios masivos de comunicación que propone una mirada superadora en torno al concepto de manipulación, alejándose de la teoría funcionalista de la aguja hipodérmica. Hacia los 80 Martín-Barbero y su emblemático libro *De los medios a las mediaciones* (1987) dio cuenta de una tendencia que se irá consolidando en los 90, "los estudiosos latinoamericanos, por ejemplo García Canclini (1995) y Martín-Barbero (1993, 1988) han evitado los antiguos dualismos teóricos de los poderosos y los sin poder y han propuesto categorías de análisis como el sincretismo, la hibridización, y el mestizaje para explicar los procesos de apropiación cultural, la adaptación, y el pluralismo en la mediación entre la práctica cultural, la cultura popular, la democratización de los medios y la política" (13).

Es decir, la mirada comenzó a girar hacia el receptor y la perspectiva de la economía política fue desplazada por enfoques edulcorados de los estudios culturales, que si bien es cierto que han colaborado en proporcionarnos información detallada acerca del comportamiento de los receptores y de la manera en que las personas resignifican los productos culturales, precisamente allí está su principal clave de atención, se obturan miradas macro que totalicen el problema. Como caso más extremo podemos

pensar en John Fiske y su concepto de *democracia semiótica*. La preocupación de los Estudios Culturales fue desdibujando la pregunta por la desigualdad y acentuando la preocupación por la diferencia, en este sentido la noción de clase fue sustituida paulatinamente por la de audiencia, consumidores, gente y ciudadanía.

Los entrevistados, acompañando un clima de época, suelen justificar o racionalizar a la televisión actual a partir de la figura del receptor. Surgen dos posicionamientos al respecto, por un lado el de quienes trasladan la responsabilidad al receptor otorgándole un grado de autonomía y liberación de la mano del control remoto y teniendo como parámetro el rating. *Clarín 2* se presenta como el más integrado en términos de Eco: “Nosotros tenemos la potestad y esto te lo demuestra mejor que nada, a ver, ¿a la gente le gustó el Bailando Kids? parece que no porque si venía de ver con 25 puntos Valientes y si vos mirás el minuto a minuto termina Valientes, comienza el Bailando Kids y se van ver los Pells, y de Tinelli podemos decir cualquier cosa menos que no sepa hacer televisión, ahora ponen el Bailando kids en un solo día y dentro de tres viernes no va a estar más Bailando Kids”. En el mismo sentido *Página/12* dice: “el público de televisión requiere un tono liviano”, parecería que la televisión se amolda a los gustos del público y no el público a lo que televisión transmite. Se reitera una especie de falsa invocación al receptor para justificar lo que la televisión muestra.

Por el otro lado, alejándose parcialmente de esta perspectiva *Clarín 3* expresa: “no es cierto que la gente demande lo que la televisión muestre porque la televisión al ser un elemento que va a estar prendido en la casa, le des lo que le des; no es que le ponés cualquier cosa y la gente la ve, pero no es cierto que la gente elige lo que los programadores le dan a la gente lo que la gente pide. La gente ve lo que los programadores quieren que vea”. Por su parte *Clarín 1* dice: “ningún espectador tiene opción real salvo apagar la televisión o pagar el cable y ver películas”. Si bien, aparentemente, estos posicionamientos cuestionan la capacidad de acción de espectador, quizás lo que está más presente es una crítica a la televisión abierta por sus productos de baja calidad que a la capacidad de elección o de autonomía del receptor. En ese sentido es que se focaliza en el cable la oportunidad de elección, pero ¿en el cable tenemos una opción real? ¿Allí sí el receptor tendría la autonomía que no encuentra en la televisión abierta?

Resumiendo, las perspectivas teóricas tanto latentes como manifiestas que emergen de los entrevistados están en relación con las perspectivas teóricas hegemónicas del campo comunicacional actual. Se destaca la visión del receptor como autónomo y con gran poder de elección, ya sea en la televisión abierta como en el cable; y una revalorización de lo masivo por lo popular. Así lo expresa Martín-Barbero un autor clave de la época: “los críticos mirando la televisión desde el paradigma del arte –que para ellos sería lo único que merece la pena llamarse cultura– y denunciando día tras día con los mismos cansados argumentos la *decadencia cultural* que representa y entraña la televisión. Los pocos entre ellos que se animan a salir de la denuncia y pasar a la acción proponen una elevación cultural de la televisión que se materializa casi siempre en un didactismo insoportable” (14).

V) A modo de cierre

Esta ponencia se inscribe en un trabajo mayor en el cual nos interesa indagar el discurso acerca de la televisión en revistas culturales y suplementos de espectáculos de diarios en diferentes contextos de cambios políticos, económicos y sociales. Hemos trabajado sobre la base de cinco entrevistas a críticos de televisión de *La Nación*, *Clarín* y *Página/12*. De sus relatos se destacan ciertas visiones homólogas con respecto a la función de la crítica de televisión, al contexto en el cual esto se inscribe y la acción de sus prácticas, así como también perspectivas de análisis vinculadas a las corrientes dominantes en el campo académico de la comunicación que tienen que ver con la revalorización del receptor y el análisis de lo masivo por lo popular.

Estas sólo han sido las primeras líneas de un trabajo que lleva pocos meses, pretendemos profundizar en el análisis de las entrevistas así como también continuamos realizando entrevistas a otros críticos, con todas las dificultades que esto implica. La tensión entre el campo académico y el periodístico, como expresa Bourdieu entre los periodistas que quieren ser intelectuales y los intelectuales que se vuelven “difusores” y la disputa por un saber, que se ve asediado, a su vez, al indagar acerca de un objeto “democrático” como es la televisión, al fin y al cabo todo podemos hablar de ella y a quién le importa la crítica televisiva.

Notas

1. Nielsen, Jorge, *La magia de la televisión argentina* 6, Buenos Aires, Del Jilguero, 2009. Pág. 78.
2. Sirven, Pablo, Ulanovsky, Carlos, Itkin, Silvia, *Estamos en aire*, Buenos Aires, Emecé, 2006. Pág.: 521.
3. Por razones de privacidad nos referiremos a los entrevistados con relación al diario en el que han trabajado o trabajan. Las entrevistas fueron realizadas por la autora entre mayo y julio del 2009.
4. Vilches, Lorenzo, “Los orígenes de la crítica a la televisión”, en *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós, 1993, Pág. 17.
5. Muchas de las personas que trabajaban en *Canal 7* no habían visto nunca televisión, provenían del teatro o de la radio mayoritariamente.
6. En el film *La televisión y yo* de Andrés di Tella se manifiesta la tensión entre Yankelevich y Susini ya que este último estaba más cerca de la

experimentación y Yankelevich de una televisión más estandarizada.

7. Varela, Mirta, *La televisión criolla*, Buenos Aires, Edhasa, 2005. Pág. 17.
8. Varela, Mirta, *La televisión criolla*, Buenos Aires, Edhasa, 2005. Pág. 49.
9. Varela, Mirta, *La televisión criolla*, Buenos Aires, Edhasa, 2005. Pág. 59.
10. Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loic, *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores, 2005. Pág. 50.
11. Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1996.
12. Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1996. Pág. 131.
13. Ferguson M., y Goldibg, P., "Los estudios culturales en tiempos cambiantes. Introducción", en *Economía política y estudios culturales*, Bosch Comunicación, Barcelona, 1998. Pág. 21.
14. Martín-Barbero, J., "La televisión desde las mediaciones" y "Algunas señas de identidad reconocibles en el melodrama", en *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987. Pág. 237.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loic, *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores, 2005.
- Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1996.
- Ferguson M., y Goldibg, P., "Los estudios culturales en tiempos cambiantes. Introducción", en *Economía política y estudios culturales*, Bosch Comunicación, Barcelona, 1998, pp. 15-37.
- Martín-Barbero, J., "La televisión desde las mediaciones" y "Algunas señas de identidad reconocibles en el melodrama", en *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987, págs. 232 a 247.
- Muraro, Heriberto., *Neocapitalismo y comunicación de masa*, Buenos Aires, Eudeba, 1974.
- Nielsen, Jorge, *La magia de la televisión argentina 6*, Buenos Aires, Del Jilguero, 2009.
- Casas Moliner, Quim, *Análisis y crítica audiovisual*, Barcelona, Editorial UOC, 2006.
- Sirven, Pablo, Ulanovsky, Carlos, Itkin, Silvia, *Estamos en aire*, Buenos Aires, Emecé, 2006.
- Varela, Mirta, *La televisión criolla*, Buenos Aires, Edhasa, 2005.
- Vilches, Lorenzo, "Los orígenes de la crítica a la televisión", en *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós, 1993, págs. 17 a 28.

YAMILA HERAM

Es licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA) y maestranda en Comunicación y Cultura (UBA). Posee beca de doctorado tipo I, otorgada por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). El tema que trabaja es la crítica acerca de la televisión argentina en revistas culturales y suplementos de espectáculos de diarios en diferentes contextos de cambios políticos, económicos y culturales.

Se desempeña como ayudante de primera en la materia Teorías y Prácticas de la Comunicación II (FSOC- UBA), y es miembro del equipo de investigación "S 080 La comunicación alternativa 2001-2007", director Carlos Mangone, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Programación Científica Ubacyt 2008-2010.